

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Communication for hospitality and tourism
(Коммуникации в туризме и гостеприимстве) »

Учебный курс «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» входит в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)», реализуется в первом семестре 1 курса магистратуры.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе 36 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа (180 часов, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе магистратуры в 1 семестре.

Дисциплина «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Critical Thinking and Research (Критическое мышление и исследования)», «Tourism and Travel Management (туризм и организация путешествий)» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Global Research Communication» «Innovations in Tourism and Hospitality», «Investment Activities in Tourism».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Современные тренды в развитии туризма и гостеприимства.
2. Вызовы в сфере туризма для менеджеров.
3. Национальные туристские организации

(Современные тенденции в развитии туризма. Работа со статистическими данными. Вызовы для туристических менеджеров. Национальные туристические организации. Маркетинговые исследования и национальные бренды дестинаций. Британия (Россия либо какая-нибудь иная страна) как туристическая дестинация. Управление туроператорской деятельностью и разработка турпродукта. Распределение турпродуктов. Управление гостиничным предприятием. Успех работы с клиентами. Успешные сайты и интернет услуги. Рекламная деятельность.)

Цель изучения дисциплины – освоение теоретического материала информационного характера об особенностях коммуникаций в сфере услуг и бизнеса, а также овладение специальной лексикой индустрии туризма и гостеприимства, речевыми навыками, необходимыми в работе специалиста сферы сервиса и туризма, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях при общении на английском языке.

Задачи:

- сформировать систематизированные знания об особенностях коммуникаций и нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях;
- научиться вести беседу в пределах тематики, связанной с туризмом и гостеприимством;
- овладеть способностью применять теоретические знания и навыки о способах коммуникации на практике;
- ознакомить студентов с межкультурными особенностями общения в различных ситуациях повседневного общения;
- сформировать основные умения устного и письменного общения в рамках изучаемых тем для решения различного вида коммуникативных задач.

Для успешного изучения дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к коммуникации в устной и письменной форме на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- способность к свободной научной и профессиональной коммуникации в иноязычной среде.

В результате изучения дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК– 8 способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии	Знает	основные секторы индустрии гостеприимства
	Умеет	Определять причины роста брендов в индустрии гостеприимства
	Владеет	Определить различных аудиторий, которые маркетинг должен решать, и объяснить, как маркетинговые мероприятия в индустрии гостеприимства удовлетворяют потребности различных типов покупателей
ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое	Знает	как города могут помочь сосредоточить маркетинговые усилия компании.
	Умеет	Описать значение географической сегментации для маркетинга в индустрии гостеприимства.

<p>обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)</p>	<p>Владеет</p>	<p>Рекомендации по рекламе и шестиэтапный рекламный процесс, который поможет вам разработать успешную рекламную кампанию. Знаниями, полученными в результате сегментации выгод и потребностей, могут привести маркетологов гостиничного бизнеса и менеджеров по операциям к тесным рабочим отношениям.</p>
<p>ПК -7 владение приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии</p>	<p>знает</p>	<p>методические основы самоорганизации</p>
	<p>умеет</p>	<p>расставлять и реализовывать приоритеты деятельности в коллективе</p>
	<p>владеет</p>	<p>навыками анализа деятельности коллектива</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Communication for hospitality and tourism (Коммуникации в туризме и гостеприимстве)» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: Case Study, деловая игра (имитация ситуаций), проблемное обучение, круглые столы.